



**РЕШЕНИЕ**

от 25 февраля 2019 г.

**КАРАР**

№ 30/8

О внесении изменений в Положение о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования город Набережные Челны Республики Татарстан, утвержденное Решением Городского Совета от 30.05.2013 № 25/8

В соответствии со статьей 16 Федерального закона от 06 октября 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», статьей 28 Устава муниципального образования город Набережные Челны Республики Татарстан  
Городской Совет

**Р Е Ш И Л:**

1. Внести в Положение о порядке установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории муниципального образования город Набережные Челны Республики Татарстан, утвержденное Решением Городского Совета от 30.05.2013 № 25/8 (в редакции Решений Городского Совета от 23.12.2014 № 36/7, от 23.07.2015 № 41/7), следующие изменения:

1) пункт 2 дополнить пунктами 2.1, 2.2 следующего содержания:

«2.1. Размещение рекламных конструкций на территории города Набережные Челны, не предусмотренных настоящим Положением, не допускается.

2.2. Соблюдение требований настоящего Положения обязательно для всех физических и юридических лиц независимо от организационно-правовой формы и ведомственной принадлежности, а также индивидуальных предпринимателей при установке и эксплуатации рекламных конструкций на территории города Набережные Челны.»;

2) пункт 8 изложить в следующей редакции:

«8. Рекламные конструкции и их территориальное размещение должны:

– соответствовать требованиям технических регламентов. При отсутствии технических регламентов применяются требования, установленные ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях

городских и сельских поселений. Общие требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»;

– устанавливаться с учетом требований, обеспечивающих соблюдение внешнего архитектурного облика сложившейся застройки территории муниципального образования город Набережные Челны, установленных настоящим Положением;

– устанавливаться в соответствии с разрешениями на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и содержаться в надлежащем состоянии в соответствии с Правилами благоустройства территории муниципального образования город Набережные Челны;

– быть оборудованы системой аварийного отключения от системы электропитания и соответствовать требованиям пожарной безопасности в случае подключения к освещению.»;

3) пункт 10 изложить в следующей редакции:

«10. Владелец рекламной конструкции обязан:

1) восстановить благоустройство территории и внешний вид фасада здания после монтажа (демонтажа) рекламной конструкции. Рекламная конструкция при наличии у нее фундаментного блока должна быть демонтирована вместе с фундаментным блоком;

2) разработать проект рекламной конструкции и получить разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;

3) своевременно производить ремонт, а также уборку места размещения рекламной конструкции;

4) производить временный демонтаж рекламной конструкции на время ремонта, реконструкции либо восстановления фасада здания, строения, сооружения;

5) в случае изменения цветового, конструктивного решения, облицовки фасада здания, строения, сооружения получить новое разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.»;

4) пункт 20 изложить в следующей редакции:

«20. На территории города Набережные Челны допускается размещение рекламных конструкций следующих видов:

1) отдельно стоящие рекламные конструкции;

2) конструкции, размещаемые на зданиях, строениях и сооружениях.

Требования к рекламным конструкциям и варианты их размещения на фасадах зданий, строений и сооружений на территории города Набережные Челны утверждаются постановлением Исполнительного комитета.»;

5) пункты 21, 22 изложить в следующей редакции:

«21. Отдельно стоящие рекламные конструкции подразделяются на следующие типы:

1) суперсайт и суперборд – типовые отдельно стоящие щитовые рекламные конструкции большого формата с внешним или внутренним подсветом.

Суперсайт и суперборд состоят из фундамента, опоры, каркаса и информационного поля. Размер одной стороны информационного поля суперсайта составляет 5,0 x 15,0 м, суперборда – 4,0 x 12,0 м.

Количество сторон суперсайта и суперборда не может быть более трех.

В случае использования автоматической смены изображения площадь информационного поля определяется исходя из площади экспонирующей поверхности.

Фундамент суперборда и суперсайта не должен выступать над уровнем земли.

2) многомодульная конструкция – типовая отдельно стоящая щитовая рекламная конструкция большого формата с внешним или внутренним подсветом. Многомодульная конструкция состоит из фундамента, каркаса, обшитого материалом нейтральных цветов (серый, бежевый, графит, черный, коричневый), и модулей с информационными полями размером 3,0 x 6,0 м и более.

3) еврощит – типовая отдельно стоящая щитовая рекламная конструкция среднего формата с внешним или внутренним подсветом.

Еврощит состоит из фундамента, опоры, каркаса и информационного поля размером 3,0 x 6,0 м.

Количество сторон еврощита не может быть более трех.

В случае использования автоматической смены изображения площадь информационного поля определяется исходя из площади экспонирующей поверхности.

Фундамент еврощита не должен выступать над уровнем земли.

Нижний край каркаса еврощита должен располагаться на высоте не менее 4,5 м от поверхности земли.

Еврощит, выполненный в одностороннем варианте, должен иметь декоративно оформленную обратную сторону.

4) пилларс – типовая отдельно стоящая рекламная конструкция малого формата с внутренним подсветом.

Пилларс состоит из фундамента, каркаса и информационного поля размером 1,4 x 3,0 м.

Количество сторон пилларса не может быть более трех. Фундамент пилларса не должен выступать над уровнем земли.

Информационное поле пилларса должно быть защищено прозрачным поликарбонатом или стеклом.

5) пилон – типовая отдельно стоящая рекламная конструкция малого формата с внутренним подсветом.

Пилон состоит из фундамента, каркаса и информационного поля размером 1,2 x 1,8 м.

Количество сторон пилона не может быть более двух.

В случае использования автоматической смены изображения площадь информационного поля определяется исходя из площади экспонирующей поверхности.

Информационное поле пилона должно быть защищено стеклом.

Фундамент пилона не должен выступать над уровнем земли.

б) афишная конструкция – индивидуальная отдельно стоящая щитовая рекламная конструкция малого формата.

Афишная конструкция состоит из фундамента, каркаса, рамки конструкции и информационного поля.

Афишные конструкции предназначены исключительно для размещения рекламы о репертуарах театров, кинотеатров, спортивных и иных массовых

мероприятиях, событиях общественного, культурно-развлекательного, спортивно-оздоровительного характера.

7) медиа экран – это отдельно стоящая рекламная конструкция, передающая изображение и видео. Медиа экран состоит из фундамента, опоры, каркаса и информационной (светодиодной) поверхности.

Допустимые значения яркости светодиодных модулей:

– в светлое время суток – 6370 кд/кв. м.

– в темное время суток – 851 кд/кв. м.

Количество сторон не должно быть более трех. В случае установки одностороннего медиа экрана обратная сторона должна быть декоративно оформлена.

Фундамент не должен выступать над уровнем земли.

8) стела – типовая отдельно стоящая объемно-пространственная, в индивидуальном исполнении рекламная конструкция малого (высотой не более 6,0 м) или крупного (более 6,0 м) формата, состоящая из фундамента, каркаса, обшитого материалом нейтральных цветов (серый, бежевый, графит, черный, коричневый и т.п.) с внутренним подсветом.

Состоит из фундамента, опоры, каркаса и информационного поля.

Количество сторон стелы не может быть более трех. Фундамент не должен выступать над уровнем земли.

В случае использования автоматической смены изображения площадь информационного поля определяется исходя из площади экспонирующей поверхности.

Стела, выполненная в одностороннем варианте, должна иметь декоративно оформленную обратную сторону.

9) флаговая композиция – отдельно стоящая рекламная конструкция, состоящая из основания, одного или нескольких флагштоков (но не более 3 флагштоков) и мягких полотнищ (информационных полей).

Не допускается размещение флаговых композиций:

– за границами земельного участка, принадлежащего собственнику, владельцу, пользователю, на котором располагается здание и место нахождения организации, индивидуального предпринимателя, а также земельного участка, предоставленного для его эксплуатации или организации парковочных мест;

– в случаях, когда отсутствует техническая возможность заглубления фундамента без его декоративного оформления.

22. Места размещения рекламных конструкций на зданиях, строениях и сооружениях определяются концепцией размещения рекламных конструкций и средств наружной информации на объекте.

Конструкции, размещаемые на зданиях, строениях и сооружениях не допускаются с использованием открытого способа подсветки.

Конструкции, размещаемые на зданиях, строениях и сооружениях подразделяются на следующие типы:

1) крышная установка – индивидуальная рекламная конструкция, размещаемая на крыше здания с информацией в виде отдельно стоящих символов (букв, цифр, логотипов, знаков, художественных элементов) без фона с внутренним подсветом.

Крышная установка является имиджевой рекламной конструкцией и устанавливается без привязки к местонахождению организации в соответствии с согласованной в порядке, установленном Исполнительным комитетом, концепцией размещения рекламных конструкций и средств наружной информации на объекте.

Площадь информационного поля крышной установки рассчитывается исходя из площади прямоугольника, в который вписывается данная крышная установка.

Не допускается размещение крышных конструкций:

высотой:

- более 0,5 м для одноэтажных зданий, нестационарных торговых объектов;
- более 1,0 м для двухэтажных зданий, нестационарных торговых объектов;
- более 1,5 м для трех-, пятиэтажных зданий;
- более 2,0 м для шести-, девятиэтажных зданий;
- более 2,5 м для 10-15-этажных зданий и для зданий, имеющих 16 и более этажей;

длиной:

- более 1/2 от длины фасада (части фасада), по отношению к которому она размещается.

В случае, если крышная установка содержит отдельный графический элемент (знак обслуживания, логотип), его высота может превышать размеры высоты букв, но не более чем на 1/3.

Элементы крепления крышной установки не должны выступать за периметр данной конструкции по бокам и сверху.

Расстояние от крыши (парапета) до нижнего края информационного поля крышной установки не должно превышать 1 м.

Замена информации на крышной установке требует дополнительного согласования с уполномоченными органами Исполнительного комитета города.

Не является рекламной конструкцией крышная установка, предусмотренная при проектировании, строительстве, сдаче объекта в эксплуатацию и не предусматривающая ее замещения при дальнейшей эксплуатации здания и сооружения;

2) фоновая конструкция – индивидуальная рекламная конструкция, размещаемая в соответствии с концепцией размещения рекламных конструкций и средств наружной информации на наружной поверхности стен, фронтонах зданий, нестационарных торговых объектов над входом или окнами (витринами):

– в виде объемных световых букв, декоративных элементов и знаков, состоящих из каркаса и элементов крепления;

– в виде инкрустированного светового короба закрытого сечения с объемными накладными элементами.

Не допускается размещение фоновых конструкций:

– высотой более 2/3 от высоты простенка между окнами этажей здания, нестационарного торгового объекта;

– высотой текстовой информации более 2/3 от высоты фриза (в том числе встроенно-пристроенных помещений);

– высотой более 0,5 м на козырьке;

– в длину более 15 м и более 70% от длины фасада, а верхний край фоновой

конструкции не должен быть выше верхнего оконного проема смежного фасада;

- при размещении между проемами первого этажа высотой более 0,5 м и длиной более 50 % такого проема;

- ниже 0,6 м от уровня земли до нижнего края фоновой конструкции при размещении на поверхности наружных стен первого, цокольного или подвального этажа;

- выше второго этажа в многоквартирных домах (за исключением встроенных, пристроенных и встроенно-пристроенных нежилых помещений многоквартирного дома);

- с изображением, непосредственно нанесенным на поверхность стены на фасадах зданий;

- на фронте, фризе верхнего этажа при наличии крышной конструкции на данном здании, установленной в соответствии с разрешением (согласованием), срок действия которого не истек;

- на фасаде здания с суперграфикой.

Суперграфика – один из приемов (рисунок, орнамент, барельеф, мозаика) архитектурно-художественного оформления фасадов, усиливающий его визуальное восприятие.

Фоновая конструкция, установленная на ограждении, является временной рекламной конструкцией.

Фоновая конструкция, установленная на ограждении, должна быть выровнена относительно верхней стороны секции ограждения, площадь такой конструкции не может превышать 75 процентов площади секции ограждения;

3) консольная конструкция – индивидуальная рекламная конструкция, устанавливаемая под прямым углом к плоскости фасада здания, нестационарного торгового объекта локализовано, на угловых участках наружной поверхности стены.

Не допускается установка консольных конструкций:

- высотой и длиной более 1,0 м;

- на расстоянии более 0,2 м от поверхности фасада;

- на расстоянии более чем на 0,2 м от края фасада и менее 2,5 м от уровня земли до нижнего края конструкции;

- непосредственно над входами в здание.

4) витринная конструкция – индивидуальная рекламная конструкция устанавливаемая в виде фоновой конструкции на здании, нестационарном торговом объекте с внутренней стороны остекления витрины, оконного проема, состоящая из каркаса, информационного поля с декоративно оформленными краями, подвесных элементов, занимающая не более 1/4 от площади оконного проема (половины размера остекления витрины по высоте и половины размера остекления витрины по длине).

Не допускается размещение витринных конструкций:

- в оконном проеме площадью менее 2,0 кв. м;

- на расстоянии от остекления витрины до витринной конструкции менее 0,15 м со стороны помещения;

- в виде окраски и покрытия декоративными пленками поверхности остекления витрин;

– путем замены остекления витрин световыми коробами.

5) фасадный медиа экран – индивидуальная рекламная конструкция, устанавливаемая на фасадах зданий, строений, сооружений и передающая изображение и видео посредством светодиодной поверхности, состоящий из определенного количества светодиодных модулей.

Допустимые значения яркости светодиодных модулей:

– в светлое время суток – 6370 кд/кв.м.

– в темное время суток – 851 кд/кв.м.

Место расположения медиа экрана на фасаде здания и его размер определяются в зависимости от размера и архитектурных особенностей здания. Размер видеозащита не должен превышать размеров фасада, на котором он устанавливается.»;

б) медиа фасад – индивидуальная светопропускающая рекламная конструкция с площадью информационного поля не менее 50 кв.м., устанавливаемая непосредственно на поверхности стены здания, строения, сооружения или на металлокаркасе, повторяющем пластику стены, позволяющая демонстрировать электронно-цифровое изображение (текстовых сообщений, графики, анимации и видео), состоящая из определенного количества светодиодных модулей.

Допустимые значения яркости светодиодных модулей:

– в светлое время суток – 6370 кд/кв. м.

– в темное время суток – 851 кд/кв. м.

Размер медиа фасада определяется в зависимости от размера и архитектурных особенностей здания. Медиа фасад на жилом доме должен занимать максимально возможную площадь фасада здания с учетом его визуального восприятия и архитектурных особенностей здания.»;

б) пункт 26 изложить в следующей редакции:

«26. Установка и эксплуатация рекламных конструкций на территории города Набережные Челны допускаются при наличии разрешения на их установку и эксплуатацию. Требования в части получения разрешений не распространяются на передвижные пункты торговли, уличные зонтики в случае размещения рекламы непосредственно на указанных объектах (без использования конструкций и приспособлений, предназначенных только для размещения рекламы).»;

7) пункт 32 изложить в следующей редакции:

«32. Решение о выдаче разрешения или об отказе в его выдаче в письменной форме или в форме электронного документа с использованием единого портала государственных и муниципальных услуг или региональных порталов государственных и муниципальных услуг должно быть направлено заявителю в течение двух месяцев со дня приема от него необходимых документов.»;

8) пункт 41 изложить в следующей редакции:

«41. Договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции заключается сроком на пять лет, за исключением:

– договоры на установку и эксплуатацию временной рекламной конструкции, который может быть заключен сроком не более чем на двенадцать месяцев;

– договоры на установку и эксплуатацию суперсайта, отдельно стоящего или фасадного медиа экрана, медиа фасада на земельном участке, здании или ином

недвижимом имуществе, находящемся в государственной или муниципальной собственности города Набережные Челны, который заключается сроком на 10 лет.

По окончании срока действия договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции обязательства сторон по договору прекращаются. Заключение договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции осуществляется в соответствии с нормами Федерального закона «О рекламе» и гражданского законодательства.».

2. Контроль за исполнением настоящего Решения возложить на постоянную комиссию Городского Совета по градостроительству, вопросам развития городской инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства.

Мэр города



Н.Г. Магдеев